

بررسی تیترهای خبری شهرآورد های پرسپولیس و استقلال از دیدگاه تحلیل گفتمان انتقادی

علی کریمی فیروزجایی*^۱، پیمان عراقی یزدان پرست^۲

۱. استادیار گروه زبان‌شناسی، دانشگاه پیام نور

۲. دانشجوی دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی

تاریخ ارسال: (۹۷/۰۱/۰۸) تاریخ پذیرش: (۹۷/۰۳/۰۵)

A Study of News Titles in the Persepolis and Esteghlal Derbies Based on a CDA Approach

Ali Karimi Firozjaei*¹, Payman Araghi Yazdan Parast²

1- Assistant Professor, Department of Foreign Languages and Linguistics, Payame Noor University

2- Ph.D Student of Linguistics, Islamic Azad University

Received: (2018/03/28)

Accepted: (2018/05/26)

Abstract

Sports newspapers are one of the most important written media in a society. Since a newspaper title depicts a general picture of an event and its relative significance and categorization and accordingly creates an insight for the readers, most people get a glimpse at the latest titles in newspapers and magazines. In most cases, linguistic intuition and awareness of literal meaning of words in sentences and phrases helps us to comprehend the specific Language used in the related sport. The methodology in this research is of a descriptive-analytical identity. The titles in the Tehran derbies between Persepolis and Esteghlal have been selected methodically and are analyzed based on Van Leeuwen social Actor network table. The main questions raised in this study include how the writers have selected the titles based on Linguistic approaches and what social, cultural and ideological factors lie beneath them. The findings show that titles feature covertness in a Language according to semantic components such as exclusion, inclusion and their subcategories and reflect sociological and ideological characteristics.

Keywords: Critical Discourse Analysis, Title, Sport Newspapers, Derby, Van Leeuwen

چکیده

مطبوعات ورزشی از جمله رسانه‌های نوشتاری مهم در جامعه هستند. از آنجاکه تیتر روزنامه به دلیل ارائه تصویری کلی از یک ماجرای خبری، اهمیت نسبی و طبقه‌بندی آن، برداشتی را برای مخاطبین فراهم می‌سازد اکثر افراد نگاهی به آخرین تیترهای روزنامه‌ها و مجلات ورزشی دارند. شم زبانی و آگاهی افراد از معانی حقیقی و تحت‌اللفظی واژه‌ها در جملات و عبارات به کاررفته در بسیاری از موارد به آن‌ها کمک می‌کند تا در درک مفهوم نوع زبان مختص به آن ورزش مشکلی نداشته باشند. روش پژوهش این مقاله از نوع توصیفی-تحلیلی است و تیترهای از شهرآورد دو تیم پرسپولیس و استقلال از چند نشریه ورزشی به صورت هدفمند انتخاب شده و بر اساس رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی ون لیون مورد بررسی قرار گرفتند. پرسش‌های اساسی این پژوهش عبارت است از این که نویسندگان در انتخاب تیترهای ورزشی از چه راهبردهای زبان‌شناختی استفاده نموده است و در لایه‌های زیرین این تیترها چه نکته‌های فرهنگی، اجتماعی و ایدئولوژیک نهفته است. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که تیترها به میزان پوشیدگی و ابعاد مخفی گونه زبان بر اساس مؤلفه‌های معنایی نظیر طرد و جذب و زیرشاخه‌های آن‌ها، در بردارنده خصوصیات جامعه‌شناختی و ایدئولوژیک هستند.

واژه‌های کلیدی: تحلیل گفتمان انتقادی، تیتر، روزنامه‌های ورزشی، شهرآورد، الگوی ون لیون.

مقدمه

تحلیل‌گفتمان انتقادی در نیمه دوم قرن بیستم شکل گرفت و روابط جنسیتی، قومی و مذهبی، ارزش‌های اجتماعی ایدئولوژی، تاریخ ارتباطات، راهبردهای گفتمان‌های رقیب در جامعه و روابط قدرت از مسائلی است که در این چارچوب مورد بررسی قرار می‌گیرد. زبان در این تحلیل به‌مثابه نوعی کنش اجتماعی تلقی می‌شود که می‌توان از دل آن‌ها کردارهای اجتماعی، بزرگ‌نمایی، تحریف هویت‌ها و تداوم فرآیندهای اجتماعی را بیرون کشید.

در این پژوهش پس از معرفی مختصر چارچوب تحلیلی ون‌لیون که دارای رویکردی معنایی-جامعه‌شناختی به ساخت‌های گفتمان‌مدار است، گزیده‌ای از تیتراهی ورزشی در جزایر مختلف مطرح می‌گردد و راهبردهای گفتمانی موجود در آن‌ها مورد تحلیل و تبیین قرار می‌گیرد تا پوشیدگی معنا کشف و آشکار شود.

آفاکل‌زاده و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی به معرفی انگاره‌ها زبان‌شناختی نگارش و گزینش خبر پرداخته‌اند که در آن مجموعه‌ای از بایسته‌های زبانی تولید خبر در کنار عوامل غیرزبانی از جمله ملاک‌های اجتماعی، اقتصادی و حرفه‌ای ارائه می‌شود و شیوه این تحقیق به‌صورت توصیفی و تحلیلی بوده و داده‌ها شامل مصاحبه با خبرنگاران فعال در عرصه مطبوعات و خبرگزاری‌ها می‌شود.

در پژوهش دیگری آفاکل‌زاده و همکاران (۱۳۹۰) با به‌کارگیری الگوی ۲۰۰۸ ون‌لیون به مقالات متعددی در رسانه‌های معتبر بین‌المللی رجوع کرده که در دو ماه پایانی سال ۲۰۱۰ م. درباره پرونده اتمی جمهوری اسلامی ایران منتشر شده‌اند. در این تحقیق نحوه بازنمایی کنشگران اجتماعی در دو طرف منازعه (ایران-غرب) تحلیل می‌شود تا میزان بی‌طرفی یا جانب‌داری این رسانه‌ها در بازنمایی نقش‌آفرینان این کشمکش بین‌المللی نمایان گردد.

آفاکل‌زاده و دهقان (۱۳۹۲) گزیده‌های مجموعه خبری رادیوهای مختلف و برنامه رویدادهای جاری را مورد بررسی قرار داده‌اند. در این تحقیق مقولاتی نظیر تعمیم‌شدگی واژگانی، عبارات خطابی و واژگانی‌شدگی افراطی گونه‌های متفاوتی از واقعیت را نمایان نموده است و نشان داده است عوامل غیرزبانی بر انتخاب واژگان تأثیر بسیاری دارد و ساختارهای زبانی در راستای سلیقه‌های فردی و یا اجتماعی ظهور پیدا می‌کند.

اسدی و همکاران (۱۳۹۳) چهار روزنامه داخلی ایران را در یک دوره دوماهه مرداد و شهریور ۱۳۹۰ مورد بررسی قرار داده

و با به‌کارگیری مؤلفه‌های جامعه‌شناختی-معنایی الگوهای ون‌لیون به این نتیجه رسیده‌اند که ایدئولوژی حاکم بر ذهن نویسندگان با به‌کارگیری مؤلفه‌های گفتمان‌مداری همچون تشخیص بخشی، تشخیص زدایی در متن شکل می‌گیرد و ساخت‌های گفتمان‌مدار نظیر اسم‌سازی معلوم در برابر مجهول و غیره در تعامل تنگاتنگ و رابطه دوسویه هستند لذا می‌توان با رازگشایی ساختارهای زیرین زبان جنبه‌های فکری و پنهان آن را آشکار نمود.

مقدادی و جهانگیری (۱۳۹۴) به بررسی مؤلفه‌های گفتمان‌مدار در اشعار دفاع مقدس برای کودک و نوجوان پرداخته و سعی بر کشف لایه‌های زیرین و پوشیدگی‌های سخن نموده‌اند. در این پژوهش ساختارهای گفتمان‌مدار در اشعار شش کتاب با استفاده الگوی ون‌لیون مورد بررسی قرار گرفته است.

دانیال کامجو (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی عناوین روزنامه ورزشی گل از دیدگاه کنش‌گرایی آستین»، تعداد ۲۰۰ عنوان از میان عناوین روزنامه‌ی ورزشی گل را انتخاب و بر اساس انواع کنش‌ها بررسی و بسامد هر کدام از انواع کنش‌ها و زیر بخش‌های آن‌ها را مشخص نمود. نتایج پژوهش نشان داد کنش‌های اظهاری که بالاترین بسامد را داشتند ۴۸/۵ درصد از کل عناوین را به خود اختصاص داد. پس‌از آن کنش‌گفتاری ترغیبی با ۱۸/۵ درصد بیشترین تعداد از عناوین را به خود اختصاص داده بود. کنش‌گفتاری تعهدی با ۱۲/۵ درصد بالاترین بسامد را پس‌از آن داشت. در درجات بعد کنش‌های گفتاری اعلامی و عاطفی به ترتیب با بسامد ۱۱ درصد و ۷ درصد از کل عناوین قرار داشتند. در ضمن ۲/۵ درصد از تعداد کل عناوین دارای دو نوع از انواع کنش بودند.

احمدی کلاته‌احمد (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی کارکرد نظام کنشی و غیر کنشی در گفتمان‌های ورزشی» به تحلیل کلامی نمونه‌هایی از متن‌های ورزشی روزنامه‌های ایران پرداخته و به‌نظام کنشی (روایی) و غیر کنشی (عاطفی و شناختی و تنشی) در رویکرد نشانه‌معناشناختی نوین در تحلیل متن توجه نمود و باهدف بررسی شرایط تولید معنا از نظر سازوکارهای کنشی و غیر کنشی در گفتمان‌های ورزشی به این نتیجه رسید که نظام کنشی بیش از نظام غیر کنشی زیربنای متن‌های ورزشی را تشکیل می‌دهد.

کریمی فیروزجایی (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی تیتراژ روزنامه‌های ورزشی از دیدگاه تحلیل گفتمان انتقادی پرداخته و به این نتیجه رسید که تیتراهی ورزشی هم از حیث استفاده از راهکارهای زبان‌شناختی و هم از بعد جهت‌گیری فرهنگی و

چون نژادپرستی، تبعیض جنسی، استعمارگری و بیگانه‌هراسی به‌عنوان یک برنامه تأکیددارند؛ در تمام رویکردهای تگفا سه مفهوم قدرت، تاریخ و ایدئولوژی الزاما وجود دارند. نکته بعد این‌که زبان‌شناسی انتقادی و تگفا در تکاپوی ممانعت از ایجاد رابطه‌ای ساده میان متن و جامعه هستند؛ یعنی ایجاد، تفسیر، تبیین و شناسایی معانی نهفته در هر گفتمان به‌صورت تاریخی انجام می‌شود و در ظرف زمان و مکان رخ می‌دهد.

با توجه به نبودن رابطه صد درصد مستقیم میان شاخص‌های زبان‌شناختی و نقش آن‌ها، ون‌لیون شاخص‌های جامعه‌شناختی معنایی را ملاک تحلیل خود قرارداد. ون‌لیون مطالعه مؤلفه‌های جامعه‌شناختی - معنایی گفتمان را ابزاری نیرومند برای تحلیل متن برمی‌شمرد و بررسی صرف مؤلفه‌های زبان‌شناختی را کافی نمی‌داند. وی معتقد است کارگزاران اجتماعی با مؤلفه‌های گفتمان‌مداری همان افرادی هستند که در یک رویداد حضور دارند.

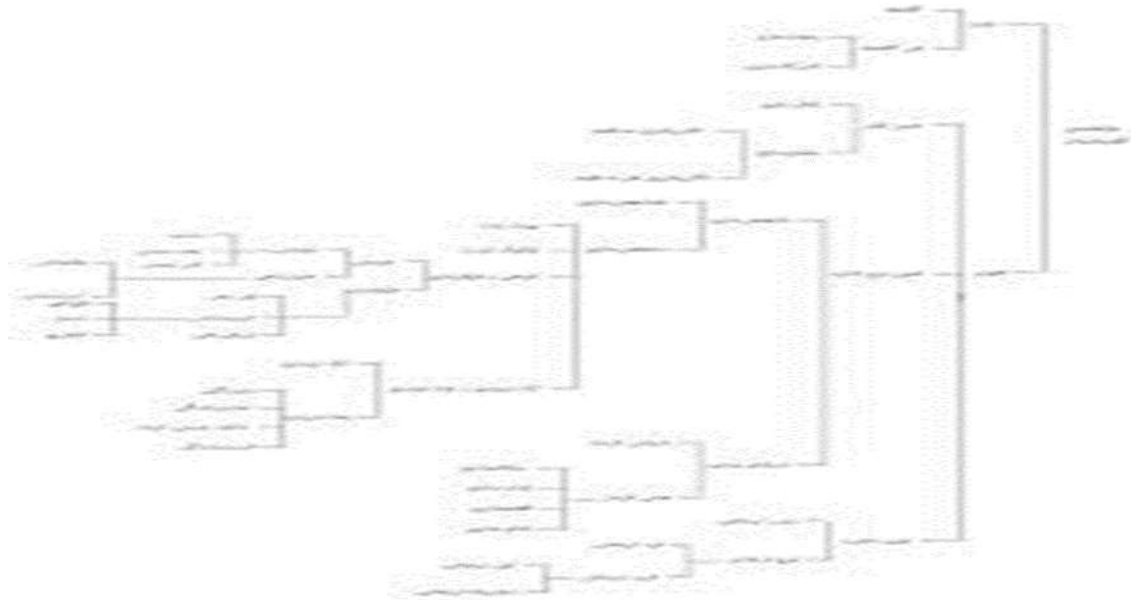
بر اساس الگوی ون‌لیون این بازنمایی کنشگران اجتماعی به دو صورت کلی حذف (طرد) و یا ذکر اظهار) انجام می‌گیرد؛ حذف یا ذکر کنشگران اجتماعی ارتباط نزدیکی با نیت تولیدکننده گفتمان دارد. ذکر کنشگران اجتماعی در هر متن شامل سه بخش عمده شامل تعیین نقش، تعیین نوع اشاره و تعیین ماهیت است. نمودار (۱) به‌صورت یک شبکه نظام‌مند عمل می‌کند:

ایدئولوژیک، سبک ویژه‌ای دارند.

لی^۱ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «نشانه‌شناسی و تحقیقات ارتباطات ورزشی: ملاحظات نظری و روش‌شناختی» با ارائه یک مدل روش‌شناختی به کاربرد نشانه‌شناسی در مطالعات ارتباطات ورزشی پرداخته و به این نتیجه رسیده است که نشانه‌شناسی می‌تواند بدون هرگونه محدودیتی به‌عنوان یک ابزار پژوهشی در تحلیل فرآیندهای تولید معنا در ارتباطات ورزشی و کشف مبانی ایدئولوژیک نهفته در ورزش به‌عنوان یک متن فرهنگی استفاده شود.

در خصوص شهرآوردها و بررسی تیترها و متون ورزشی مطالعه جدی انجام‌نشده است و از این حیث، تحقیق حاضر دارای نوآوری بوده و می‌تواند فتح بایی برای ورود به زوایای پیدا و پنهان یکی از مباحث جذاب و مهم اجتماعی و فرهنگی یعنی مسابقات تیم‌های پرسپولیس و استقلال باشد.

در سال ۱۹۹۱ متفکرانی چون وندایک، فرکلاف، ون‌لیوون و وداک در دانشگاه آمستردام نظریه‌ها و روش‌های تحلیل گفتمان و مخصوصاً تحلیل گفتمان انتقادی را مورد کنکاش قراردادند. بر پایه همین رویداد علمی، نشست سالیانه‌ای به وجود آمد که سرآغاز جنبشی بود که به‌جای تکیه بر متدولوژی یکسان و چارچوب نظری واحد، بر پایه‌یک برنامه پژوهشی متکی بود؛ بنابراین روش‌های انجام کار در تگفا متفاوت است اما تمامی تحلیل‌گران گفتمان انتقادی بر محورهایی



نمودار ۱ - شبکه نظام‌مند

همین علت، تیتراها و اخبار مربوط به شهرآورد، طبق نظر محققان و بر اساس میزان اهمیت و میزان گفتمان‌مدار بودنشان انتخاب شده و از دیدگاه تحلیل گفتمانی موردبررسی قرار می‌گیرد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش از روش تحلیلی و توصیفی استفاده شده است و با استفاده از الگوی تحلیل الگوی جامعه‌شناختی - معنایی ون‌لیون، به بررسی شیوه‌های بازنمایی کنشگران اجتماعی پرداخته می‌شود. در این نظریه کارکردهای اجتماعی در صدر اهمیت قرار دارد و شیوه‌های بازنمایی با تظاهرات زبان‌شناسی و کلام تلفیق شده است.

این پژوهش در پی آن است تا به این سؤال پاسخ دهد که آیا تنها یک رویداد واحد مدنظر است یا در پس هر عنوان خبری، مفهوم و منظوری نهفته است که ایدئولوژی، جهان‌بینی و باورهای افراد را نسبت به ساختارهای زبانی ترسیم می‌کند. هم‌چنین چگونه ممکن است زاویه دید افراد با توجه به تجارب خویش در توصیف این معانی، متفاوت جلوه کند و این-که نویسنده در انتخاب تیتراهای ورزشی از چه راهبردهای زبان‌شناختی استفاده نموده است و در لایه‌های زیرین این تیتراها چه ملاحظات فرهنگی، اجتماعی و ایدئولوژیک نهفته است؟

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق به صورت کیفی و از نوع تحلیل محتوا است و از مجموع ۴۵۵ تیترا و متن خبری مربوط، به‌عنوان جامعه آماری، ۱۲ مورد به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. به

نمونه ۱- خوب، بد، زشت



تصویر (۱)

نماد آوری در این عنوان از کاراکترهای وسترن شروع شده و به بازیکنان فوتبال ختم می‌شود و تلخیص نیز از مشخص‌نمایی چندعاملی است که بازیکنان را به شخصیت‌های خوب، بد زشت یک وسترن تشبیه می‌کند. در این فیلم کشمکش سه-طرفه‌ای برای به دست آوردن گنج مخفی وجود دارد و بازیکنان فوتبال در این شهرآورد به دنبال به دست آوردن امتیاز با به ثمر رساندن گل هستند. در اینجا کنشگر زشت یا تنفر برانگیز شهرآورد هشتاد و پنجم تماشاچسانی هستند که در دقایق آخر به پرتاب اشیاء به درون زمین مبادرت نموده‌اند و در عکس سمت چپ قابل‌مشاهده است. «خوب»، داستان بازیکنان بی حاشیه و «بد» داستان بازیکنان جنجال‌آفرین آن هستند.

تیترا تصویر (۱) برگرفته از نام یک فیلم وسترن کلاسیک است و به اتفاقات و شخصیت‌های مثبت و منفی در شهرآورد اشاره دارد. در این تیترا با ارزش‌گذاری کنشگران اجتماعی آن وجود دارد: یک ارزش‌گذاری مثبت (خوب) و دو ارزش‌گذاری منفی (بد، زشت). در این عنوان گونه‌ای از زمان پریشی مشاهده می‌شود رجوع به گذشته، یعنی به فیلم وسترن اسپاگتی «خوب، بد، زشت» که در سال ۱۹۶۶ در ایتالیا ساخته شده است و سومین قسمت از سه‌گانه فیلم دلار و جزئی ۲۵۰ فیلم برتر تاریخ سینما است. داستان فیلم در ابتدا به دو شخصیت خوب و زشتی اشاره می‌کند که با شگرد خاصی به سرقت از کلاتری‌ها دست می‌زنند و سپس شخصیت خوب و بد داستان با همدستی یکدیگر به راه خویش ادامه می‌دهند و راه آن شخصیت زشت و یا نفرت‌انگیز از آن‌ها جدا می‌شود.

نمونه ۲- شوق آورد



تصویر (۲)

اجتماعی آن یعنی بازیکنان پرسپولیس و استقلال پی ببرد. در اینجا از جابه‌جایی واژه شوق با شهر با استفاده از آمیزش در واژه‌سازی پرهیجان بودن این بازی فوتبال به مخاطب القا می‌شود. تصاویر نمایانگر بازیکنان جدید گرفته‌شده در فصل نقل و انتقالات از سوی دو تیم با نقل‌قول‌هایی از مربیان آن‌ها با تیتروهای فرعی است.

در تیترو تصویر شماره (۲) یعنی "شوق آورد" از روزنامه خبر ورزشی، کمرنگ‌سازی کنشگر اجتماعی مشاهده می‌شود. عاملان این شوق و هیجان در شهر آورد که به یک جنگ یا آورد تشبیه شده است نامشخص است. این کمرنگ‌سازی خواننده را تشویق می‌کند تا از دل تیترو فرعی آن (استقلال را ۲۰ دقیقه اول بنیاد پرسپولیس را ۲۰ دقیقه آخر) به کنشگران

نمونه ۳- ۴ جعلی دفن شد



تصویر (۳)

شاخص و گل زن تیم پرسپولیس به بازیکنان حریف و تماشاچیان نشان داده می‌شود علاوه بر علامت به ثمر رسیدن گل چهارم، تأکیدی بر تیترو فرعی بالای آن (برد در سال‌های ۱۳۵۰ و ۱۳۸۵) و تکرار تاریخ در برد چهار گل تیم قرمز پوش است. عدد چهار به نمادی از تیم آبی‌پوش استقلال تبدیل شده است که به نوعی در تقابل با عدد شش تیم حریف در برد شش گل سال ۱۳۵۲ است. در اینجا نابودی نماد چند سال اخیر تیم حریف با واژه دفن شدن تیترو زده‌شده است و رجزخوانی روزنامه مذکور برای مدعیان جعل کننده این عنوان است.

«۴ جعلی دفن شد» تیترو تصویر شماره (۳) از روزنامه پیروزی روزنامه هواداری این تیم فوتبال پرسپولیس است. در این تیترو کمرنگ‌سازی با استفاده از اسم‌سازی صورت گرفته است. کنشگر حذف‌شده اشاره به بازیکنان تیم پرسپولیس دارد و کنش مجهول دفن شدن به عدد چهار برد پی‌درپی ادعا شده از سوی تیم استقلال و به‌طور دقیق‌تر به کنشگران محذوف مدعی یعنی طرفداران و روزنامه‌های هواداری تیم مذکور در چهار برد پیاپی دربی‌ها برمی‌گردد. واژه جعلی به رنگ آبی نوشته‌شده است و نشان از تحریف تعداد این بردهای پی‌درپی توسط تیم آبی‌پوش دارد. عدد چهار که با انگشت بازیکن

نمونه ۴- زائد دوبله سوبله



تصویر (۴)

با استفاده از صفت سوبله چوبله برمی‌گردد. بازیکن خارجی تیم پرسپولیس به‌مثابه یک کنشگر قهرمان همچون شخصیت زورو با نقاب سیاه به تصویر کشیده شده است و علامت زد انگلیسی حاکی از پیروزی این قهرمان بر دشمن خویش دارد. در شخصیت‌سازی این بازیکن از نمادسازی قهرمان فیلم زورو در جهت احقاق حق بازیکنان مظلوم تیم قرمز پوش استفاده شده است.

تصویر شماره (۴) و تیترا آن به جذب کنشگر اجتماعی در روزنامه ۹۰ اشاره می‌کند. کنشگر در اینجا مشخص‌نمایی شده است و فاقد عنوان دهی است. نام‌دهی از نوع غیررسمی است و صفت دوبله‌سوبله ارزش‌دهی مثبت روزنامه مذکور به بازیکن تیم پرسپولیس «ایمون زائد» به خاطر هت‌تریک یا زدن سه گل بازیکن پرسپولیس به حریف خود در بازی محسوب می‌شود. در اصل علت این ارزش‌دهی به مسابقات قبل این دو تیم و چهار برد پی‌درپی ادعا شده توسط تیم حریف

نمونه ۵- ای بابا چقدر ۱۰ نقره ببریم؟



تصویر (۵)

است. همچنین به‌منزله ششمین دربی برگزار شده در آذرماه و ششمین شهرآورد مربی تیم پرسپولیس یعنی حمید درخشان به‌عنوان یک کنشگر اجتماعی با نام‌دهی غیررسمی است. «شش‌تایی‌ها» یک مجموعه ارجاعی و ارزش‌دهی منفی برای تیم استقلال است که در این روزنامه به رنگ آبی به کار گرفته شده است عدد شش همچنین به ششمین برد فصل تیم قرمز پوش در لیگ مذکور اشاره دارد.

در تصویر (۵) با تیترا «چقدر ۱۰ نقره ببریم؟» از روزنامه پیروزی کنشگر اجتماعی حذف شده است. در این تیترا «ما» به‌عنوان تیم پرسپولیس و ادعای روزنامه طرفدار این تیم بر بردهای چندگانه با یک بازیکن کمتر (۱۰ نفر به‌جای ۱۱ نفر) در تیم پرسپولیس کمرنگ شده است. عبارت ای‌بابا بارنگ قرمز نوعی رجزخوانی برای تیم حریف قلمداد می‌شود. عدد ۶ در تیترا فرعی روزنامه مذکور نماد برد شش گله تیم قرمز پوش در سال ۱۳۵۲ و ششمین دربی متوالی بدون باخت

نمونه ۶- زلزله سرخ قلعه استقلال را ویران کرد



تصویر شماره (۶)

سازی کنشگران اجتماعی (زلزله سرخ، قلعه استقلال) پرداخته است تا قدرت تخریب یک کنشگر بر روی کنشگر دیگر آشکار شود. تصاویر لحظه به ثمر رسیدن گل تیم قرمز پوش را نشان می‌دهد که همچون آواری بر روی سر تیم حریف همچون قلعه ویران خراب شده است.

تیتیر روزنامه خبر ورزشی در تصویر (۶) حاوی جذب کنشگر اجتماعی یعنی بازیکنان تیم فوتبال پرسپولیس است. نماد آوری از گذشته پرافتخار این تیم به عنوان زلزله سرخ صورت گرفته است. ارزش گذاری با استفاده از واژه زلزله یعنی تکان دهنده و مغلوب کننده همه تیم‌ها از نوع مثبت برای این تیم قلمداد شده است و رنگ سرخ که رنگ پیراهن تیم است به منزله هویت دهی ظاهری است. در اینجا مؤلف به ذهنی

نمونه ۷- دشمن نتوان حقیر و بیچاره شمرد



تصویر شماره (۷)

قرمز (ارزش دهی منفی) به تیم مقابل، به تیم محبوب خود (کنشگر محذوف) هشدار داده است. تصویر بیان گر قدرت تیم آبی پوش در لگدمال کردن بازیکن تیم پرسپولیس و انتقال حس حقارت به آن‌ها است.

تصویر شماره (۷) و تیتیر آن برگرفته از روزنامه استقلال جوان رسانه طرفدار تیم آبی پوش است. استفاده از منفعل نمایی و تجلی فرآیند مجهول سازی با واژه دشمن و حذف کنشگر اجتماعی به کمرنگ سازی آن دامن زده است. در این حذف صفت دشمن یک عینی سازی است که به تیم پرسپولیس نسبت داده شده است. این روزنامه بعد از چهار برد پی در پی ادعاشده از طرف آن‌ها و اطلاق صفات حقیر و بیچاره بارنگ

نمونه ۸- نبرد تن به تن «سید» های سرخابی



تصویر شماره (۸)

با یکدیگر دیده می‌شوند و بازیکنان تیم حریف خود نقش میانجی گر را به عهده گرفته‌اند. در بالای تیتر اصلی به دو تیتر فرعی قرمز سید مهدی و سید جلال برمی‌خوریم که از نام‌دهی غیررسمی استفاده شده است و تقابل دو سید را نشان می‌دهد. نقل‌قول‌های دو طرف نشان‌دهنده جنگ قدرت بین دو مهره کلیدی اصلی دو تیم قدرتمند تهرانی است.

تصویر شماره (۸) و تیتر روزنامه شوت به نبرد تن به تن کنشگران اجتماعی آن یعنی بازیکنان کاپیتان دو تیم با استفاده از هویت دهی طبقه‌بندی «سید» و هویت دهی ظاهری سرخابی با توجه به رنگ لباس دو تیم است. در تصویر، دو کاپیتان یعنی نماینده منتخب هر دو تیم در زمین به جای نقش آرام‌کننده و هدایت‌کننده خویش در بازی فوتبال، در حال نزاع

نمونه ۹- من «سور» یان



تصویر شماره (۹)

اجتماعی شادی و سرور مربی تیم آبی‌پوش در مقابل تیم صدرنشین قرمز پوش و برتر میدان از لحاظ درصد مالکیت و بازی هجومی است. در تصویر، جنگ قدرت تا مدخل دروازه برای فتح آن ادامه دارد. تیتر فرعی به کنشگر فعال یعنی تیم آبی‌پوش (آبی‌ها) در سه گله کردن چهارمین تیم که پراهمیت‌ترین حریف آن‌ها محسوب می‌شود اشاره می‌کند و برای آن‌ها جشنی بزرگ است.

تیتر تصویر شماره (۹) که متعلق به روزنامه گل است از کنشگر اجتماعی فعال صحبت می‌کند. نام‌دهی غیررسمی به مربی تیم استقلال (منصوریان) به رنگ آبی اشاره دارد. در این تیتر با استفاده از جابه‌جایی واژه (صور) با سور به معنای مهمانی و استفاده از ضمیر فعال من به‌عنوان شخص برنده شهرآورد دو تیم آبی و قرمز پوش پایتخت و گرفتن جشن به خاطر برد تیم خویش، بازی با کلمات صورت گرفته است. استفاده صرف از نام‌دهی و کلمه سور خود نشان‌دهنده کنش

نمونه ۱۰ - پیرفسور



تصویر (۱۰)

پرسپولیس قرار دارد. دو بازیکن کنار هم قرار گرفته از دو تیم که از گران‌قیمت‌ترین و بهترین‌ها در لیگ فوتبال کشور محسوب می‌شوند جنگ قدرت برای تصاحب توپ را به تصویر می‌کشند. نقل‌قول هر دو مربی با استفاده از نام‌دهی غیررسمی در دو تیتیر فرعی بالای هر دو عکس برای رجزخوانی جهت برد قطعی مشخص است.

تیتیر تصویر (۱۰) از روزنامه هدف از آمیزش دو واژه «پیر» و «فسور» شکل گرفته است. مشخص‌نمایی کنشگران اجتماعی آن با ارزش‌دهی منفی پیر برای مربی تیم استقلال و ارزش‌دهی مثبت پروففسور برای مربی تیم استقلال انجام شده است. رنگ آبی واژه پیر به رنگ پیراهن تیم استقلال در کنار عکس پرسور و خروش مربی تیم آبی‌پوش قرار گرفته است و رنگ قرمز «فسور» در کنار چهره مربی فریاد زن تیم

نمونه ۱۱ - پروفشرفنال



تصویر (۱۱)

آن‌ها به‌عنوان متخصصان خارجی دو تیم با استفاده از هویت دهی و ارزش‌دهی مثبت یعنی حرفه‌ای بودن نام‌برده شده است و انتظار یک بازی جذاب و حرفه‌ای با توجه به این القاب از سوی دو تیم تحت مربیگری آن‌ها می‌رود.

تیتیر تصویر (۱۱) از روزنامه گل آمیزش دو واژه خارجی پروفشرفنال (حرفه‌ای) و مربی خارجی استقلال یعنی شرف است. در اینجا به کنشگر اجتماعی (مربی تیم آبی) ارزش‌دهی مثبت داده شده است و نام کنشگر اجتماعی تیم قرمز پوش محذوف و منفعل و در نتیجه کمرنگ شده است. در بالای تیتیر اصلی از

نمونه ۱۲ - نیم - هیچ



تصویر شماره (۱۲)

تیتراها با کمرنگ سازی در جذب مخاطب و تشویق آن‌ها به خرید روزنامه موردنظر نقش مهمی را بازی می‌کند. در بسیاری از این تیتراها می‌توان تشخیص بخشی با استفاده از نام‌دهی غیررسمی را مشاهده نمود. در بعضی موارد ارزش‌دهی‌ها می‌تواند با توجه به جبهه‌گیری و تعصب ورزشی نویسان آن روزنامه خاص مثبت یا منفی باشند. سیاست و چارچوب این عناوین گاهی به‌صورت مغرضانه و در جهت اهداف شخصی و یا تحریک قشر طرفدار موردنظر با به‌کارگیری نسبت‌دهی و نام‌دهی‌های خاص به افراد معروف این دو تیم همیشه رقیب و نامدار پیش می‌رود.

در تألیف این اخبار عوامل خلاقیت، زیبایی‌شناختی، استفاده از فرآیندهای واژه‌شناسی مختلف و رجوع به هنرهای دیگر همچون سینما بسیار زیاد به چشم می‌خورد. در بعضی از جراید می‌توان گرایش خاص آن مؤلف به یک تیم خاص را مشاهده نمود. روزنامه‌های طرفدار یک تیم خاص جهت اعمال نظرات و سلیقه‌های خویش از واژه‌های خاص برای بیان و پیشبرد اهداف خویش استفاده می‌کنند و این ابزار می‌تواند علایق مخاطبان این جراید را به سمت‌وسوی خویش برانگیزد. عکس‌ها و تیتراهای فرعی نیز در جذب هواداران یک تیم و جبهه‌گیری نسبت به هواداران تیم مقابل نقش مهمی را ایفا می‌کند.

در تیترا تصویر شماره (۱۲) بخش ورزشی روزنامه همشهری کنشگر اجتماعی طردشده است. کمرنگ‌سازی با استفاده از اسم‌سازی صورت گرفته است. کنشگر از دل تیترا فرعی مشخص می‌شود. این تیترا اشاره به نتیجه ضعیف تیم قرمزپوش و خواست مربی سرخ‌پوش یعنی برد حتی با یک نتیجه ضعیف دارد. تصویر شادی تیم فاتح و اشک بازیکن تیم مغلوب را نشان می‌دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

با بررسی تیتراهای برگزیده شهرآوردهای دو تیم فوتبال استقلال و پرسپولیس در جراید خبری ورزشی مختلف می‌توان دریافت که در بعضی از این تیتراهای اصلی، کنشگران اجتماعی حذف و یا طردشده‌اند و از کمرنگ‌سازی تا حدزیادی استفاده شده است. این خود خواننده است که باید با توجه به مؤلفه‌های جامعه‌شناختی - معنایی و تفکر و آگاهی نسبت به زبان، قدرت و کنش‌های اجتماعی به معنای لایه‌های زیرین این فعالیت اجتماعی که در اینجا ورزش فوتبال است، پی ببرد. با حذف کنشگر، خواننده بنا بر آنچه فلسفه تیترا زنی ایجاد می‌کند، ترغیب می‌شود تا به برداشت‌ها و معلومات ذهنی خود متوسل شود و به تعاملات اجتماعی صورت گرفته و ایدئولوژی‌های پنهان در آن‌ها تعمق کند. سبک نوشتاری این

منابع

۲. آقاگل‌زاده، فردوس، رضا خیرآبادی، ارسلان گلفام و عالیه کردزعفرانلو کامبوزیا. (۱۳۹۰) انگاره زبان‌شناختی نگارش و گزینش خبر: رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی. پژوهش‌های زبان و ادبیات تطبیقی. ش ۴. ص ۲۵-۴۲.

۱. آقاگل‌زاده، فردوس و دهقان، مسعود. (۱۳۹۲) تحلیل شیوه‌های بازنمایی گزینش خبر بر مبنای رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی. جستارهای زبانی. ش ۴. ص ۱-۱۶.

۳. آقاگل‌زاده، فردوس، رضا خیرآبادی، ارسلان گلفام. (۱۳۹۰) مطالعه تطبیقی شیوه بازنمایی کنشگران ایرانی و غربی در پرونده هسته‌ای ایران در رسانه‌های بین‌المللی (الگوی ۲۰۰۸ ون لیون). جستارهای زبانی. ش ۱. ص ۱-۱۹.
۴. آقاگل‌زاده فردوس (۱۳۹۴). تحلیل گفتمان انتقادی. تهران: علمی و فرهنگی.
۵. آقاگل‌زاده، فردوس (۱۳۹۴). زبان‌شناسی کاربردی. تهران: علمی.
۶. احمدی کلاته‌احمد، زهرا. (۱۳۹۵). بررسی کارکرد نظام کنشی و غیر کنشی در گفتمان‌های ورزشی، فصلنامه هنر زبان، شماره ۱، (۸۰-۵۹).
۷. اسدی، مسعود، ارسلان گلفام؛ فردوس آقاگل‌زاده و آریتا افراشی. (۱۳۹۳) مؤلفه‌های زبان‌شناختی و جامعه‌شناختی - معنایی و بازنمایی کنشگران اجتماعی در متون مطبوعاتی. جستارهای زبانی. ش ۲. ص ۱-۲۴.
۸. مقدادی، صدیقه سادات؛ جهانگیری، شکوفه. (۱۳۹۴) تحلیل گفتمان انتقادی شعر دفاع مقدس برای کودکان از منظر رهیافت ون لیون (۲۰۰۸ م). متن پژوهش ادبی. ش ۶۵. ص ۱۲۱-۱۵۹.
9. Aghagolzadeh, F. (2015). Applied linguistics. Tehran: Elmi va Farhangi. (In Persian)
10. Aghagolzadeh, F. (2015). Critical Discourse Analysis: Elmi va Farhangi. (In Persian)
11. Aghagolzadeh, F. & Dehghan, M. (2013). The Critical Discourse Analysis of Representational Methods in News Selection. *Journal of Language Related Research*. 9, 1-16. (In Persian)
12. Aghagolzadeh, F., Kheirabadi, R. & Golfam A. (2011). The Comparative Study of Linguistic Representation of Iranian and Western Actors in Iran's Nuclear Program in International Media (Van Leeuwen's Model 2008). *Journal of Language Related Research*. 1, 1-19. (In Persian)
13. Aghagolzadeh, F., Kheirabadi, R., Golfam. A. & Kambozia, A. (2011). The Linguistic Pattern of Writing and News Selection Based on CDA. *Journal of Linguistic Research and Comparative Literature*. 3(4). 25-42. (In Persian)
14. Asadi, M., Golfam, A., Aghagolzadeh, F. & Afarashi, A. (2014). Linguistic and Socio-Semantic Components and the Representation of Social Actors in Press. *Journal of Language Related Research*. 2, 1-24. (In Persian)
15. Fairclough, N. (2001). *Language and Power*. London: Longman.
16. Lee, J. W. (2015). Semiotics and Sport Communication Research: Theoretical and Methodological Considerations. *Communication & Sport*. Vol: 5, Pp: 374-395
17. Meghdadi, S. & Jahangiri, Sh. (2015). The critical Discourse Analysis of Holy Defense Poems for Children (Van Leeuwen's Model 2008). *Journal of Literary Texts Research*. 65, 121-159. (In Persian)
18. Van Dijk, Teun (1998), *Opinions and Ideologies in the Press*, In *Approaches to Media Discourse*, (ed.) by Bell, A and Peter Garrett, Oxford: Blackwell, 21-63.
19. Van Leeuwen, T. (2008), *Discourse and Practice, New Tools for Critical Discourse analysis*. Oxford University Press.
20. Van Leeuwen, T.A (1996) *the representation of London*: Routledge. Social actors. In Golden Coulthard, C.R. ...M Coulthard (eds). *Text and Practices, Reading in CDA*.